

## **BAB V**

### **KESIMPULAN & REKOMENDASI**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang sudah penulis lakukan, penyajian data dari hasil penelitian dan pembahasan yang sudah penulis jelaskan pada bab-bab sebelumnya mengenai kualitas website online travel agent terhadap loyalitas pelanggan Traveloka dan Pegi-peg, sehingga dapat penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas website dalam penelitian ini di ukur dari empat sub variabel yaitu *Functionality*, *Customer experience*, *Reputation*, dan *Perceived service quality*. Dari hasil penelitian kualitas website online travel agent berada pada kategori sedang, hal ini di ketahui melalui pengguna Traveloka dan Pegi-peg yang merasakan puas dengan kualitas website yang telah mereka gunakan. Hal tersebut disebabkan oleh pengalaman mereka yang telah menggunakan Traveloka dan Pegi-peg yang sesuai dengan ekspektasi *customer*. Sehingga secara emosional pelanggan Traveloka dan Pegi-peg merasa puas dan akan kembali menggunakan Traveloka dan Pegi-peg.
2. Loyalitas pelanggan Traveloka dan Pegi-peg berada pada kategori sedang. Hal ini dapat di lihat melalui pengguna yang sangat puas dengan Traveloka dan Pegi-peg, sehingga menyebabkan tingkat pemenuhan kebutuhan pelanggan dan kepuasan mereka dengan layanan Traveloka dan Pegi-peg semakin tinggi dan menciptakan loyalitas pelanggan. Selain itu, sikap loyalitas lain yaitu kesediaan pelanggan atau pengguna untuk menggunakan Traveloka dan pegi-peg untuk perjalanan berikut nya.
3. Pada penelitian ini penulis menganalisis pengaruh kualitas website online travel agent terhadap loyalitas pelanggan (survey pada pengguna Traveloka dan pegi-peg). Berdasarkan hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa dari keempat sub variable kualitas website tiga ditemukan terdapat pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Traveloka dan pegi-peg. Hal ini dapat di lihat pada uji regresi linier berganda, menunjukan hasil pada sub variabel *functionality* (X1) meningkatkan tingkat loyalitas sebesar 59,4%, selanjut nya *customer experience* (X2) menurun kan tingkat loyalitas sebesar -6,6%, *reputation* (X3) meningkatkan loyalitas sebesar 19,5%, dan sub variable *perceived service quality* (X4) meningkatkan loyalitas 63,3%. Selanjutnya untuk

pengujian secara simultan dari keempat sub variable tersebut berpengaruh terhadap loyalitas secara simultan. Namun, dari keempat sub variable kualitas website yang telah di uji secara parsial di temukan dua sub variable yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yaitu sub variable *customer experience* (X2) dan *reputation* (X3). Adapun pengaruh kualitas website terhadap loyalitas pelanggan pelanggan adalah sebesar 51,9% yang diketahui dari hasil perhitungan koefisien determinan. Dimana dari skor tersebut sudah termasuk dalam kategori sedang. Sedangkan sisanya sebesar 48,1% menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah penulis lakukan, terdapat beberapa Rekomendasi dari peneliti dan responden yang akan disampaikan yaitu:

1. Untuk meningkatkan kualitas website pada Traveloka dan Pegi-peg, Pada situs website Traveloka untuk menyediakan chat Cs atau panggilan melalui aplikasi atau website agar lebih mudah para pengguna dalam hal *complain* maupun mengajukan pertanyaan ketika help center tidak dapat membantu. Pada situs website Pegi-peg terdapat banyak kekurangan dalam pilihan akomodasi dan hotel yang tersedia. Adanya kesinkronan data pada situs website pegi-peg dengan pengguna pada saat mengkonfirmasi data kepada pihak hotel sehingga tidak terjadi *miss booking* pada hotel yang dipesan. Selanjut nya saran terbanyak dari para responden dari kedua OTA yaitu memperbanyak promo dan diskon. Tambahan saran dari peneliti hasil dari penelitian, terlihat dari sub variabel *functionality* (X1) dan *perceived service quality* (X4) sangat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. maka pihak Traveloka dan Pegi-peg lebih agar memfokuskan pada sub variabel tersebut.
2. Penelitian ini hanya meneliti faktor kualitas website. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneliti variabel lain yang juga menjurus pada penggunaan Traveloka dan pegi-peg itu sendiri seperti minat booking, kualitas *e-service*, *e-service satisfaction* dan pengaruhnya pada loyalitas pelanggan. Ataupun pada penelitian selanjut nya dapat menyertakan variabel tambahan yang mengukur situs web yang berbeda dimensi kualitas. Faktor tambahan yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya dan dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik terutama mengenai loyalitas pelanggan.

Agry Dwi Kustia, 2021

PENGARUH KUALITAS SITUS ONLINE TRAVEL AGENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (SURVEI PADA PENGGUNA TRAVELOKA DAN PEGI-PEGI.COM)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu